

# TAPAHTUMAN VISUAALINEN ILME

Case: My Way 2010 -messut

Marjukka Halonen

Opinnäytetyö  
Toukokuu 2011

Viestinnän koulutusohjelma  
Kulttuuriala



JYVÄSKYLÄN  
AMMATTIKORKEAKOULU

Tekijä(t) HALONEN, Marjukka	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 16.04.2011
	Sivumäärä 23	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus ( - ) saakka	Verkkojulkaisulupa myönnetty (x)
Työn nimi TAPAHTUMAN VISUAALINEN ILME Case: My Way 2010 -messut		
Koulutusohjelma Viestinnän koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) HEIKKINEN, Martti		
Toimeksiantaja(t) Nuorten Keski-Suomi Ry		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa My Way 2010 -messujen visuaalinen ilme ja markkinointimateriaali My Way -messut on ilmainen tapahtuma 14-22-vuotiaille nuorille, nuorten kanssa toimiville sekä nuorten vanhemmille. Tapahtuma järjestettiin Jyväskylän Hipposhallissa 2.-3.11.2010 ja messujen teemoina olivat vaikuttaminen, aktiivisuus, osallisuus ja yrittäjyys. Näitä aiheita pyrittiin tuomaan esille myös tapahtuman visuaalisessa ilmeessä.</p> <p>Opinnäytetyön toiminnallisen osan tuloksena ovat Internet-sivujen ulkoasu, juliste, esite, flyer, hupparien printit, tapahtumassa mukana olleiden nimilaput sekä pinssit, mainokset ja muut pienemmät painotuotteet. Työ jakautui 9kk ajalle ja se toteutettiin Adobe Creative Suite 4 – ohjelmistopakettin avulla.</p> <p>Tapahtuman visuaalinen ilme sai pääosin positiivista palautetta ja se koettiin ennen kaikkea kohderyhmälleen sopivaksi. Tapahtumavieraille järjestettiin palautekysely josta saatujen tietojen avulla on mahdollista kehittää tapahtumasta ja sen visuaalisesta ulkoasusta jatkossa entistä parempi.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Graafinen suunnittelu, visuaalinen ilme, grafiikka, tapahtuman järjestäminen		
Muut tiedot Työn liitteenä CD-levyke		

Author(s) HALONEN, Marjukka	Type of publication Bachelor's Thesis	Date 16.04.2011
	Pages 23	Language Finnish
	Confidential ( - )                      Until	Permission for web publication (X)
Title GRAPHIC DESIGN FOR AN EVENT Case: My Way 2010		
Degree Programme Media Design		
Tutor(s) HEIKKINEN, Martti		
Assigned by Nuorten Keski-Suomi Ry		
<p>Abstract</p> <p>This thesis is about designing and creating the graphic design and marketing material for the fair My Way 2010. A layout for the Web-site, a poster, a flyer, brochures and also cloth prints, name tags, advertisements and other smaller prints were designed as the functional part of the thesis. People's thoughts and mental images about My Way 2010 were analyzed based on the feedback collected from the visitors of the event. This will help in the development of the event and its visual appearance in the future.</p> <p>The textual part of this thesis reports the process of designing the marketing material of My Way 2010, the function of them and the solutions made during the process.</p> <p>My Way is a free event for the young aged 14-22, their parents and people working with young people. The event took place in Jyväskylä, Hippos Hall on March 2<sup>nd</sup> and 3<sup>rd</sup> in 2010. This year the themes of the event were activity, involvement and entrepreneurship. These topics were also portrayed as part of the design of the marketing material.</p>		
Keywords graphic design, graphics, events, event organizing		
Miscellaneous: The thesis contains a CD		

## Sisälllys

1	JOHDANTO.....	3
1.1	My Way -messut.....	3
1.2	Toimeksianto .....	3
2	GRAAFISEN ILMEEN ELEMENTIT .....	4
2.1	Typografia.....	4
2.1.1	Warmonger BB .....	4
2.1.2	Futura .....	5
2.1.3	Luettavuus .....	5
2.1.4	Chopin Script.....	6
2.2	Värit.....	6
2.3	Logo .....	8
2.4	Kuvitus .....	9
3	Markkinointimateriaalit.....	10
3.1	Internetsivut.....	10
3.2	Näytteilleasettajaesite .....	10
3.3	Juliste .....	10
3.4	Kävijäesite.....	11
3.5	Käsiohjelma.....	11
4	PALAUTE MARKKINOINTIMATERIAALISTA.....	13
	Taulukko 1. Yleisimmin esiintyneitä mielipiteitä palautelomakkeista. ....	13
5	POHDINTA.....	14
5.1.1	Kokonaisilme .....	14
5.1.2	Värit .....	14
5.1.3	Internetsivut .....	14
5.1.4	Typografia.....	15
5.1.5	Talotyyli.....	15
	Lähteet: .....	16

Liitteet:.....	17
Liite 1. Logot .....	17
Liite 2. Näytteilleasettajaesite .....	17
Liite 3. Kävijäesite .....	18
Liite 4. Juliste .....	19
Liite 5. Käsiohjelman kansi .....	20
Liite 6. Kuvitustyyli .....	20
Liite 7. Osallistujapassit .....	21
Liite 8. Ruoka- ja kahviliput .....	21
Liite 9. Keski-suomalaisen mainos .....	21
Liite 10. Paitaprintit .....	21
Liite 11. Internetsivujen näytteilleasettajien ilmoittautumislomake.....	22
Liite 12. Tapahtuman kartta (osana käsiohjelmaa).....	23

## Taulukot

Taulukko 1. Yleisimmin esiintyneitä mielipiteitä palautelomakkeista.....	12
--	----

# 1 JOHDANTO

## 1.1 My Way -messut

My Way -messut järjestettiin vuonna 2010 kuudetta kertaa, tänä vuonna Jyväskylän Hipposhallissa. Messut ovat 14 - 22-vuotiaille nuorille, nuorten kanssa toimiville sekä nuorten vanhemmille suunnattu ilmainen tapahtuma. Keskeisinä aiheina messuilla ovat opiskelu, työelämä sekä vapaa-aika. Messujen tarkoituksena on antaa nuorille ajatuksia sekä työkaluja oman tiensä löytämiseen. Messuosastojen ympärille on koottu mm. luentoja, lavaohjelmaa ja toiminnallisia rasteja.

Tänä vuonna messujen teemoina olivat vaikuttaminen, aktiivisuus, osallisuus ja yrittäjyys. Tätä pyrittiin tuomaan esiin vahvasti myös tapahtuman visuaalissa ilmeessä.

Tapahtuman järjestäjä on Nuorten Keski-Suomi ry, ja työryhmä on koottu eri alojen korkeakouluopiskelijoista. Yhteistyökumppaneina toimivat mm. Keski-maa, Keski-Suomen Liitto sekä Keski-Suomen Osuuspankki.

## 1.2 Toimeksianto

My Way -messujen graafiseen suunnittelutyöhön kuuluivat tapahtuman Internetsivujen ulkoasun uudistaminen, esitteiden, julisteen ja käsiohjelman suunnittelu sekä paitaprinttien, pinssien, osallistujapassien, ruokalippujen ja muiden pienempien messumateriaalien suunnittelu. Käytössä oli Adobe Creative Suite 4 -ohjelmistopaketti ja suunnittelutyö jakautui yhdeksän kuukauden ajalle.

## 2 GRAAFISEN ILMEEN ELEMENTIT

### 2.1 Typografia

Typografian tärkein tarkoitus on tehdä lukemisesta mahdollisimman helppoa ja sujuvaa. Sillä pyritään kuitenkin myös herättämään huomiota ja kaappaamaan katselijan mielenkiinto. Tämä tarkoitus korostuu erityisesti mainonnassa. My Way 2010 -messujen typografiassa käytettiin kolmea eri kirjaintyyliin ja kirjainperheeseen kuuluvaa fonttia, jotka ovat...

#### 2.1.1 Warmonger BB

Otsikkofonttina on käytetty Warmonger BB -fonttia. Paitsi suurimmissa otsikoissa, fonttia on käytetty myös My Way 2010 -messujen logossa, pallossa jonka sisällä ovat M- ja W -kirjaimet. Myös teksti "My Way -messut 2010" on kirjoitettu Warmonger BB:llä paitsi leipätekstin sisällä. Samaa fonttia käytettiin otsikkofonttina myös vuonna 2009, ja se koettiin niin toimivaksi, että seuraavana vuonna vain sen käyttötapaa ja väritystä päivitettiin. Fontti on päätteellinen ja koostuu vain versaaleista ja kapitaaleista, (suuraakkosista ja pienaakkosten korkuisista suuraakkosista). Sen on suunnitellut erityisesti sarjakuva-fontteihin erikoistuneelle fonttitalo *Blambot fontsille Nate Piekos* vuonna 2006. (<http://www.fonts2u.com>)

Warmonger -fonttia voi kuvailla juhlalliseksi, maskuliiniseksi ja jämäkäksi. Nimi "warmonger" merkitsee suomeksi "sodanlietsojaa." Fontti on ilmainen, mutta se täytyy ladata Internetistä, eikä se sisällä lainkaan skandinaavisia kirjaimia. Tästä syystä tekstiin täytyi erikseen lisätä pisteet ä:n ja ö:n päälle. Tämä tapahtui piirtämällä ympyrä, skaalaamalla se oikean kokoiseksi, kopioimalla ja siirtämällä pisteet kirjainten päälle oikealle kohdalle. Lopuksi pisteet yhdistettiin otsikon kanssa ryhmäksi mikä mahdollisti niiden yhtäaikaisen liikuttamisen ilman, että pisteet joutuivat pois sijoiltaan. Vuosiluvun esitystapaa suunniteltaessa päädyttiin käyttämään nollan sijasta versaali O-kirjainta. Molemmilla on täsmälleen sama versaalikorkeus, ja ne muistuttavat ympyrää. Nollan sisällä kulkee kuitenkin kieltomerkkiä muistuttava diagonaaliiviiva alavasemmal-

ta yläoikealle. Sen koettiin näyttävän liian luotaan työntävältä, ja sen sijasta käytettiin O-kirjainta jonka sisällä oli piste.

### 2.1.2 Futura

Pienemmissä otsikoissa ja leipätekstissä käytettiin tyyliltään geometriseen groteskiin kuuluvaa Futura-fonttia. Se on päätteetön ja erittäin suosittu fontti jota käytetään yleisesti sekä otsikoissa että leipäteksteissä. Futuran geometriset muodot ovat yhteydessä 1900-luvun alun funktionaaliseen arkkitehtuuriin ja niistä näkyy myös Bauhaus-koulun opettama typografian modernismi. Fontin pohjana ovat roomalaisten capitalis *monumentalis* – kirjainten muodot jotka on kuitenkin piirretty tasavahvoiksi. (Itkonen 2003, 46)

Itkosen (2003) mukaan Falk (1975) kirjoittaa *Paul Rennerin* suunnitelleen Futura-fontin *Bauer Foundry* -fonttitalolle. Se on julkaistu vuonna 1927 ja jo tuolloin fonttimarkkinoilla kukoisti kopiointi. Monet valimot tekivätkin Futuralle omia vastineitaan tekemällä alkuperäiseen fonttiin pieniä muutoksia ja julkaisemalla uudet fontit eri nimillä. Itkonen itse toteaa, että Futuraa muistuttavia, mutta omiksi kirjaintyypeiksi luokiteltavia fontteja ovat mm. Nobel, Tempo ja Vogue. (Itkonen 2003, 15)

Alkuperäinen Futura -fonttiperhe kuuluu Adobe Creative Suite 4 -ohjelmistopakettiin valmiina, mutta ongelmia suunnitteluprosessissa tuotti esimerkiksi se, että CS5 -pakettiin se ei kuulu ja sen lataaminen netistä maksoi liikaa. Tästä syystä esimerkiksi Internet-sivuille ja Nuorten Keski-Suomen toimistolla suunniteltuihin painotuotteisiin täytyi käyttää samankaltaista kopiofonttia. Futuraa muistuttavia kopiofontteja ovat mm. Future, Spartan ja Twentieth Century. (Itkonen 2003, 16)

### 2.1.3 Luettavuus

Usein on suotavampaa valita leipätekstiksi päätteellinen (serif) fontti, sillä se on pitkässä tekstissä helppolukuisempaa päätteidensä ansiosta. Kirjainten väkäset ja sarkaimet ohjaavat silmää ja saavat katseen liukumaan helpommin rivejä pitkin. Esimerkiksi Internetissä taas on turvallisempaa käyttää päätteettömiä fontteja, sillä epätarkalla näytöllä sarkaimet voivat tehdä tekstistä suttui-



sen näköistä ja siten päätteetöntä fonttia vaikealukuisempaa.  
(<http://saavutettava.fi/>)

Koska geometrisissä groteskifonteissa on hyvin pieni paksuusvaihtelu, sitä on rasittavaa lukea pitkissä teksteissä. (Itkonen 2003, 48) Koska missään My Way 2010 -messujen materiaalissa ei kuitenkaan ollut kovin pitkää tekstiä, koettiin Futura sopivaksi fontiksi leipäteksteihin. Kyseiseen fonttiperheeseen kuuluu myös paljon eri lihavuuksia, joilla saa helposti elävöitettyä tekstiä.

#### 2.1.4 Chopin Script

Otsikko- ja leipätekstifonttien lisäksi käytettiin kuvituksen seassa Chopin Script -fonttia. Esimerkiksi esitteissä ja julisteissa käytettiin tätä fonttia muodostamalla siitä tien päälle autotien katkoviivaa muistuttava kuvio. Tekstissä toistuivat sanat: ”*Työ, Koulutus, Vapaa-aika*” jotka ovat My Way -messujen aihealueet. Tämä fontti on kalligrafinen fontti. Sana kalligrafinen tulee kreikan kielestä. Sana *Kallos* tarkoittaa kaunista ja *grophein* kirjoittaa tai piirtää. Kalligrafinen fontti tarkoittaa siis käsin kirjoitettua kaunokirjoitusta. Tunnetumpia kalligrafisia fontteja ovat esimerkiksi *Vivaldi* ja *Shelley Allegro*. Myös esimerkiksi kiinalaiset ja japanilaiset kirjoitusmerkit lasketaan kalligrafiaan kuuluviksi.  
(<http://www.phpoint.fi>)

Kalligrafinen fontti toi My Way -messujen ilmeeseen kaivattua pehmeyttä maskuliinisen Warmonger BB -fontin ja selkeiden, raskaiden muotojen vastapainoksi.

### 2.2 Värit

Värit ovat sanattoman kommunikaation keinoista se, joka vaikuttaa meihin nopeimmin. Kun näemme jotain uutta, ensimmäinen asia minkä aivomme rekisteröivät on väri. Reagoimme väreihin luonnostamme tietyllä tavalla, sillä esi-isiemme selviytymisen kannalta oli tärkeitä erottaa värien perusteella esimerkiksi myrkylliset ja syömäkelpoiset kasvit toisistaan. Aikoinaan rotumme selviytyminen on siis pitkälti riippunut kyvystämme tunnistaa ja muistaa eri värejä ja väriyhdistelmiä. (Abrose & Harris 2005, 6)

Luonnon lisäksi myös kulttuurimme on muokannut sitä, miten reagoimme eri väreihin. Samantapaisten värien käyttö vakiintuu usein tiettyihin käyttötarkoituksiin; Esimerkiksi sinistä ja vihreää käytetään usein suurten laitosten ja yritysten väryksessä sillä ne koetaan asiallisiksi ja helposti lähestyttäviksi. Puolestaan keltainen ja punainen ovat lapsekkaampia, pirteämpiä ja vähemmän vakavia. Opittujen kaavojen lisäksi myös trendit, ikämme ja persoonamme vaikuttavat siihen miten koemme eri värit.

My Way 2010 -messujen ilmeessä käytettiin pääasiassa kolmea väriä: täysin valkoista, täysin mustaa sekä magentaa. Väriarvoiltaan nämä olivat CMYK:nä 0,0,0,100, 0,0,0,0 ja 0,100,0,0. RGB:nä ne olivat 255,255,255, 0,0,0 ja 236,0,140. Käsiohjelmassa käytettiin neljäntenä värinä vaalean ruskeaa joka oli väriarvoiltaan 25,40,65,0 ja 196,154,108.

Vuonna 2009 käytettiin valkoisen ja mustan lisäksi CMYK -paletista löytyviä syaania, magentaa ja keltaista. Vuonna 2010 päätettiin kuitenkin yksinkertaistaa värimaailmaa ja valita valkoisen ja mustan lisäksi vain yksi tehosteväri. Syaani vaikutti liian vaisulta ja väriyhdistelmä toi mieleen mm. Eestin lipun värit. Keltainen puolestaan tuntui liian aggressiiviselta. Esimerkiksi luonnossa valkoisen, mustan ja keltaisen yhdistelmä kertoo myrkyllisyydestä tai muusta vaarasta. Toisaalta juuri tästä syystä myös ihminen kiinnittää siihen erityistä huomiota. Lopulta päädyttiin kuitenkin siihen, ettei keltainen väri tukenut visuaalisen ilmeen muoto- ja kuvakieltä oikealla tavalla. Näistä kolmesta väri vaihtoehdosta päädyttiin siis magentaan. Kokeiltiin myös mm. erilaisia oranssin ja violetin sävyjä mutta päädyttiin silti 100 % magentaan.

Mustan ja kirkkaan pinkin väriyhdistelmä tuntuu olevan nyt kovasti pinnalla ja sitä on käytetty myös esimerkiksi *DNA Finlandin* mainonnassa ja useissa nuorille suunnatuissa bile- ja keikkamainoksissa. Kyseinen väriyhdistelmä on rohkea, nuorekas sekä huomiota herättävä ja toimii parhaiten selkeässä, yksinkertaisessa sommittelussa. Mustan ja pinkin yhdistelmästä tulee auttamatta mieleen mustan ja kirkkaan punaisen yhdistelmä jota käytetään erittäin paljon esimerkiksi urheiluseurojen, rockbändien ja -keikkojen markkinoinnissa. Mm. *JYP*, *Mötlye Crüe* ja *Radio Rock* voidaan mainita esimerkkeinä kyseisten värien käyttäjistä visuaalisessa ilmeessään. Nämä värit ovat huomattavasti moni-

käyttöisemmät, sillä ne ovat maskuliinisemmat ja vähemmän nuorekkaat kuin pinkki-musta yhdistelmä. Nykyään punaisen, mustan ja valkoisen kombinaatio on kuitenkin aika kulunut ja sen voidaan ajatella olevan helppo ja varma ratkaisu graafisessa suunnittelussa. My Way 2010 -messuissa käytetty väriyhdistelmä voidaan puolestaan helposti kokea liian feminiiniseksi tai lapselliseksi, ja myös se kärsii viimeaikaisesta suurkulutuksesta. Kaikesta huolimatta sen koettiin soveltuvan hyvin My Way -messujen kohderyhmälle.

## 2.3 Logo

*”Logo: a distinctive symbol of a company, object, publication, person, service, or idea.”* (Adams & Morioka 2004, 16)

Vuonna 2010 My Way 2010 -messuille suunniteltiin yksinkertainen monogrammilogo: ympyrä jonka sisällä olivat M ja W kirjaimet. Tällaisten logojen etuja esimerkiksi tekstilogoihin verrattuna ovat tilan säästö ja sommittelun helppous. Haittana taas on tunnistettavuuden puute. Jos logo ja tapahtuma eivät ole ennestään tuttuja, ei katsoja todennäköisesti osaa yhdistää pelkkiä kirjaimia tapahtuman nimeen. (Adams & Morioka 2004, 17)

Vuonna 2010 päätettiin käyttää lähes samaa logoa kuin vuonna 2009 jolloin suunnittelimme sen yhdessä *Hanna Voutilaisen* kanssa. Vuoden 2010 logosta on olemassa kolme erilaista versiota: värillinen, mustavalkoinen ja kuvioitu mustavalkoinen. Värillisessä versiossa pinkin pallon sisällä on valkoiset kirjaimet M ja W. Mustavalkoisessa versiossa kirjaimet ovat myös valkoiset mutta pallo on musta. Kuvioidussa mustavalkoisessa versiossa musta pallo on kuvioitu yrittäjäyteen ja eri ammatteihin liittyvin kuvin.

Se että M ja W kirjaimet ovat toistensa peilikuvia lisäsi logon käytettävyyttä entisestään. Se toimi esimerkiksi esitteissä myös ylösalaisin katsottuna. Logo saattaakin aluksi näyttää täysin symmetriseltä mutta kirjain W on kuitenkin hieman kapeampi alaosastaan, kuin kirjain M yläosastaan. Pieni epäkohta symmetrisyydessä kuitenkin tuo logoon elävyyttä ja hivenen dynaamisuutta. Koimme myös että päätteellinen fontti näytti tässä tarkoituksessa mielenkiintoisemmalta, kuin päätteetön fontti.

## 2.4 Kuvitus

Koska My Way -messujen teemoina olivat vuonna 2010 vaikuttaminen, aktiivisuus ja yrittäjäyys, käytettiin graafisessa suunnittelussa kuvituksena aiheisiin liittyviä hahmoja ja esineitä. Pienistä kuvista muodostettiin iso kollaasi jota käytettiin nettisivujen taustalla sekä mustavalkoisessa, kuvioidussa logossa. Kuvioitua logoa on käytetty mm. julisteessa ja kävijä- sekä näytteilleasettaja-esitteessä. Yhteensä pikkukuvia oli 28 kpl.

Aluksi vaihtoehtoina oli muutama eri tyylivaihtoehto hahmojen luomiseksi. Ensimmäinen vaihtoehto oli luoda Adobe Photoshopilla korkeakynnysarvoisia pinkkimustia hahmoja rajaamalla Photoshopilla valokuvasta hahmon ulos, säätämällä kuvaan lisää kontrastia ja vähemmän valoisuutta sekä muokkaamalla väritasapainoa tummista, vaaleista sekä keskivävyistä seuraavasti: red:100, magenta:-100, blue:100. (ks. liite 6) Näin luodut kuvat eivät kuitenkaan näyttäneet hyvältä kollaasina vaan muodostivat sekavan lopputuloksen. Ajallisesti tuon tekniikan käyttö olisi ollut kannattavampaa, sillä siinä tarvitsi vain rajata hahmo ulos valokuvasta ja muutamalla säätömuutoksella hahmojen yksityiskohdat tulivat juuri oikeassa suhteessa esiin.

Seuraava tekniikka oli hahmojen ääriviivojen piirtäminen ”läpi” Internetistä lataamiani kuvia mallina käyttäen Adobe Illustratorilla. Työkaluina olivat pen tool sekä paintbrush tool. Koska pen tool jättää ääriviivaan kulmat jokaisen pisteen kohdalle, käytettiin ”round corners” -efektiä niiden pyöristämiseksi. Näin luodut kuvat olivat huomattavasti vähemmän sotkuisia ja muodostivat paremman kollaasin. Kaikissa kuvissa oli saman paksuiset ääriviivat ja samat värisävyt mikä sai ne näyttämään yhteen kuuluvilta. Tämän tekniikan käyttäminen vei huomattavasti enemmän aikaa mutta sillä saavutettiin juuri haluttu lopputulos.

Kun kuvia oli piirretty tarpeeksi, niistä sommiteltiin sopivan kokoinen ja -muotoinen kollaasi ensin internet-sivuille, sitten kuvioituun logoon ja lopuksi käsiohjelman sivuille. Internetissä ja käsiohjelman kuvituksessa hahmoilla oli pinkit ääriviivat, logossa valkoiset.

## **3 MARKKINOINTIMATERIAALIT**

### **3.1 Internetsivut**

My Way -messujen Internetsivut on viime vuosina aina päivitetty edellisen layoutin päälle vain muuttamalla sivujen kuvat ja tekstit. Olemassa olivat tarkat ohjeet siitä, minkä kokoiset sivuista tuli suunnitella ja missä mitoissa jokaisen eri osion piti olla. Näin suunniteltujen kuvien ja tekstien pohjalta koodaajan oli helppo vain vaihtaa eri tiedostot koodiin.

Koko projektin ensimmäisenä tehtävänä oli suunnitella tapahtuman Internetsivuille uusi ilme. Tätä ennen oli tietysti tarpeellista suunnitella koko muu graafinen ilme jota tultaisiin seuraamaan myös kaikessa muussa näkyvässä materiaalissa. Myös näytteilleasettajille suunniteltiin 5-osainen ilmoittautumislomake johon oli linkki Internetsivuilta. Myös lomake toteutettiin messujen graafista ilmettä noudattaen.

### **3.2 Näytteilleasettajaesite**

Nettisivujen layoutin jälkeen suunnitteluvuorossa oli näytteilleasettajille suunnattu informatiivinen mainosesite. Se oli kooltaan A5, nelivärinen ja kaksipuoleinen. Etuosa on melko yksinkertainen mutta muistuttaa sommittelultaan suuresti julistetta; noin kaksi kolmasosaa sen pinta-alasta peittää suuri mustavalkoinen kuvioitu logo. Sen alapuolella, alaoikealla kiemurtelee musta tie jonka sisällä valkoisella lukee tapahtuman nimi. Alavasemmalla on kerrottu päivämäärät ja tapahtumapaikka. Taustaltaan esitteen etuosa on pinkki.

Takaosa puolestaan on taustaväritään mustavalkoinen; ainoastaan logo ja osa teksteistä on painettu pinkillä. Takaosa sisältää melko runsaasti tekstiä; noin sata sanaa. Suurin osa esitteen teksteistä on painettu mustalla, 12pt kokoisena ja Futura -fontilla valkoiselle taustalle.

### **3.3 Juliste**

Näytteilleasettajaesitteen jälkeen suunniteltiin A3-kokoinen juliste. Muokattiin esitteen etuosaa; lisättiin joitakin elementtejä ja muutettiin hieman asettelua. Haasteena julisteessa oli saada kaikki haluttu materiaali sopimaan siihen il-

man että tavoiteltu yksinkertaisuus ja logon esiin tuominen kärsi. Julistetta levitettiin oppilaitoksiin, kaupungin yleisille ilmoitustauluille sekä itse tapahtumaan.

### 3.4 Kävijäesite

My Way 2010 -messuille tarvittiin näytteilleasettajaesitteen lisäksi myös erillinen, kävijöille suunnattu esite. Tätä flyerin tyyppistä esitettä jaettiin mm. kouluihin ja opistoihin ennen messuja. Koska tämän painotuotteen tärkein tehtävä oli herättää mielenkiintoa ja kiteyttää messujen sisältö kohderyhmää kiinnostavalla tavalla, suunniteltiin siitä perinteistä esitettä erikoisemman muotoinen ja näköinen. Se oli mitoiltaan 100mmx300mm mutta taittui kolmeen osaan muodostaen 100mmx100mm kokoisen neliön. Toisin kuin haitariesitteet yleensä, tätä painotuotetta taiteltiin auki ylhäältä alas, ei vasemmalta oikealle. Kannessa oli iso mustavalkoinen, kuvioitu logo ja messujen nimi. Sisäsivuilla esiteltiin tarkemmin messujen ajankohta, paikka, teemat ja yhteistyökumppanit. Takasivulla kerrottiin yhteystiedot.

Koska monille on epäselvää, mikä My Way oikeastaan on, kenelle se on suunnattu ja mitä siellä tapahtuu, kiteytettiin nämä asiat yhdellä esitteen sisäsivuista mahdollisimman tiiviisti ja selkeästi. Sivua oli jaettu kahtia diagonaalisesti, toisella puolella oli messujen nimikirjaimet vieressään suuri kysymysmerkki ja toisella puolella selittävä teksti.

### 3.5 Käsiohjelma

Painotuotteista viimeisimpänä oli messujen 28-sivuinen käsiohjelma. Se oli koko projektin haastavin, pitkäaikaisin ja työläin osa. Aiempaa kokemusta näin suuresta taittoprojektista ei ollut, mutta onneksi koko työryhmä oli jo projektin alusta asti varautunut siihen, että käsiohjelman tekemiseen tarvittaisiin koko tiimin työpanos ja aikataulun noudattaminen olisi sen työstämisen aikaan erityisen tärkeää. Käsiohjelma sisälsi runsaasti mainoksia, mikä helpotti taittotyötä huomattavasti. Muokattavaa tekstiä ja kuvitusta tarvittiin näin suhteellisen vähän.

Ensimmäiseksi täytyi suunnitella käsiohjelmalle kansi. Työkaluna toimi Adobe Illustrator ja mallina juliste sekä näytteilleasettajaesite. Uutena elementtinä käsiohjelmassa toimi neljäs värisävy, joka oli väriarvoiltaan CMYK: 25,40,65,0 ja RGB:196,154,108. Yli puoli vuotta kestävän suunnitteluprojektin kuluessa tuli tarve lisätä myös jokin neutraali sävy pehmentämään mustan, magentan ja valkoisen väriyhdistelmää. Uudella sävyllä lisättiin tehosteviivat käsiohjelman kannen ylä- ja alaosaan sekä ääriviivat valkoiseen kolmioon, jossa on ilmoitettu messujen ajankohta. Myös sisäsivuilla ruskean sävyä käytettiin sivujen otsikoiden korostamiseen.

Tekstin ”käsiohjelma” olisi voinut ensin kirjoittaa tietokoneen suunnitteluohjelmassa suoraan normaaliin tekstikenttään ja sen jälkeen lisätä tekstiin kaarevuusefektin. Tämä olisi kuitenkin aiheuttanut muutoksia myös itse kirjainten muotoon. Sen sijaan piirrettiin ensin täydellinen ympyrä, jonka ääriviivoista poistettiin  $\frac{3}{4}$ . Tämän jälkeen kaari siirrettiin logon ääriviivan kohdalle ja kirjoitettiin kaarelle ”Käsiohjelma”. Tämän jälkeen määritettiin sille lopullinen koko ja paikka. Ä:n pisteet täytyi jälleen lisätä erikseen piirtämällä pallot ja siirtämällä ne oikealle kohdalle. Otsikossa on valkoiset ääriviivat, mutta ei ollut mahdollista yksinkertaisesti lisätä palloihin saman paksuisia ääriviivoja, koska ne peitivät koko pallon jolloin niistä tuli täysin valkoisia. Piirrettiin siis erikseen pinkit ympyrät ja sijoitettiin ne keskelle hieman isompia, valkoisia ympyröitä.

Suuritöisin osa käsiohjelmaa oli tapahtuman pohjakartan laatiminen. Työryhmän muut jäsenet suunnittelivat varsinaisen pohjapiirroksen, joka muutettiin graafista ilmettä noudattavaan muotoon ja liitettiin osaksi käsiohjelmaa. Vuonna 2009 kehitin kartan selkiyttämiseksi tapahtuman eri teemoille värikoodit, joiden avulla messuvieraiden on helppo löytää tiettyihin osa-alueisiin kuuluvat näytteilleasettajat ja paikat messuilta. Tämä koettiin hyväksi ratkaisuksi ja sitä käytettiin myös vuonna 2010.

## 4 PALAUTE MARKKINOINTIMATERIAALISTA

My Way 2010 -messuilla vierailoilta kerättiin palautetta mm. tapahtuman aika-  
taulusta, ohjelmasta ja ajankohdasta jotta messuja voitaisiin kehittää yhä pa-  
remmin eri tahojen tarpeisiin vastaaviksi. Opettajille, oppilaille sekä näyttel-  
leasettajille oli kaikille oma palautelomakkeensa. Opettajille ja näyttelleasetta-  
jille suunnatuissa lomakkeissa oli erillinen osio messujen painotuotteista. Osi-  
ossa oli 4 kohtaa:

- Miltä My Way -messujen julisteet, käsiohjelma, esitteet ym. markkinoin-  
timateriaalit näyttävät?
- Anna arvosana asteikolla 4-10
- Miltä painotuotteiden värit näyttävät?
- Muita kommentteja?

	Opettajat	Näyttelleasettajat
<b>Kokonaisilme</b>	Mielenkiintoinen Nuoriin uppoava Tyylikäs ”Mystinen” Näyttävä	Erikoinen, hyvä ”Huolella tehtyä” Mielikuvituksellinen ”Kivan unisex” Hieno, trendikäs
<b>Värit</b>	Synkkiä Tummahkoja Kirkkaat, selkeät Hyviä	Saavat huomiota Sopivan räväkät Värikkäät ja pirteät ”Saa olla värikkäämpää” Tyylikkäitä ”Vuodenaikaan sopivat”
<b>Arvosanan keskiarvo (asteikko 4-10)</b>	8,6	8,56

**Taulukko 1. Yleisimmin esiintyneitä mielipiteitä palautelomakkeista.**



## **5 POHDINTA**

### **5.1.1 Kokonaisilme**

Palautekyselyn mukaan messujen graafinen ilme koettiin pääasiallisesti kohderyhmälle sopivaksi. 17 % ulkoasua kommentoineista näytteilleasettajasta mainitsi kokonaisilmeen olevan nuorekas tai nuorille suunnattu. Eniten positiivista palautetta keräsi kokonaisilmeen selkeys, tyylikkyys sekä huolellisuus. Negatiivisena puolena mainittiin päinvastaisesti painotuotteiden sekavuus.

### **5.1.2 Värit**

Väreistä saatu palaute oli melko ristiriitaista: Osa koki mustan päävärin synkänä, toiset taas tyylikkäänä ja asiallisena. Osa puolestaan kommentoi väritystä pirteäksi, raikkaaksi ja värikkääksi. Kukaan ei kuitenkaan kommentoinut väritystä liian moniväriseksi. Yleisesti palaute oli positiivista; negatiivisia kommentteja keräsi Keskisuomalaisessa esiintynyt mainos joka koettiin vaisuksi ja huomaamattomaksi. Palautteen perusteella voidaan päätellä että kirkkaiden värien suosiminen on jatkossa My Way -messujen ilmeessä hyvin tärkeää.

### **5.1.3 Internetsivut**

Vuonna 2010 noudatettiin jälleen samaa kaavaa mittojen ja sivujen rakenteen suhteen vaikka oli ollut puhetta sen toimimattomuudesta. Koska itselläni ei tuolloin ollut kokemusta html ja XHTML koodeista, en tiennyt kuinka mittava työ olisi ollut muuttaa sivujen rakennetta tai jopa luoda ne kokonaan uudelleen. Jälkeenpäin ajatellen tähän työhön olisi kuitenkin ollut järkevää sijoittaa aikaa ja vaivaa, sillä tuolla työpanoksella olisi saavutettu kannattavia muutoksia sivujen ulkonäköön ja rakenteeseen, sekä parannusta erityisesti sivujen selkeyden ja käytettävyyden osalta.

Nettisivuille olisi myös ollut järkevää luoda kokonaan uusi domain, sillä nykyinen osoite [www.nuortenkeskisuomi.fi/myway](http://www.nuortenkeskisuomi.fi/myway) on paitsi vaikea muistaa, myös raskaan näköinen painotuotteissa. Tapahtuman nimi itsessään on helppo muistaa, joten esimerkiksi [www.myway.fi](http://www.myway.fi) olisi ihanteellinen osoite Internetsivuille.

#### 5.1.4 Typografia

Jälkikäteen pohdittuna esimerkiksi osan näytteilleasettajaesitteen tekstistä olisi voinut painaa huomattavasti pienemmällä. Näin katsojan silmälle jäisi enemmän tilaa, esite ei näyttäisi yhtä raskaalta ja lukijan huomiota olisi voinut suunnata tärkeimpiin tekstiosiin tehokkaammin. Suurin osa esitteen teksteistä on painettu mustalla, 12pt kokoisena ja Futura -fontilla valkoiselle taustalle. Futura on kuitenkin fonttina niin selkeä, että olisin huoletta voinut suunnitella osan teksteistä esimerkiksi 10pt tai 9pt kokoisena, kuten käsiohjelmassa. Esimerkiksi Keskisuomalaisen lehtimainoksia koskevassa graafisessa ohjeistuksessa mainitaan, että tekstien tulisi olla vähintään 6pt kokoisia sillä sitä pienemmästä tekstistä voi olla vaikeata saada selvää. (<http://www.ksml.fi>) Tähän verrattuna koko 12pt on siis suorastaan valtava. Lisäksi musta teksti valkoisella pohjalla on tutkitusti luettavuudeltaan paras mahdollinen väriyhdistelmä. Aliarvioin siis lukijoiden näkökyvyn mutta jätin huomioimatta tyhjän tilan merkityksen luettavuutta parantavana elementtinä.

#### 5.1.5 Talotyyli

Jatkossa olisi järkevää luoda messuille visuaalista ilmettä koskeva ohjeistus josta kävisi ilmi esimerkiksi fonttien, värien ja muiden elementtien käyttö messumateriaaleissa. Tänä vuonna toinen graafikko toteutti esimerkiksi messuilla käytettyjä kylttejä ja opasteita joiden ulkoasu poikkesi huomattavasti muiden painotuotteiden tyylistä. Talotyylin laatimalla ja sitä noudattamalla voitaisiin välttää poikkeavuudet eri painotuotteiden ilmeessä sekä eri graafikoiden työn jäljessä.

## **Lähteet:**

### **Kirjat**

Itkonen, M. 2003. Typografian käsikirja. 1. p. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Ambrose, B. & Harris, P. 2005. Colour. 1. p. AVA Publishing SA.

Adams, S. & Morioka, N. 2004. Logo Design Workbook. 1. p. Gloucester: Rockport Publishers, Inc.

### **Verkkosivut ja -sivustot**

Tietoja Warmonger BB -fontista: <http://www.fonts2u.com/warmonger-bb.font>. Viitattu 20.3.2011.

Juselius, U. 2004. Asettelusta ja fonttien valinnasta. <http://www.phpoint.fi/ulrikaj/www/typo.htm#fonts>. Viitattu 10.2.2011.

Laak, T. 2006. Saavutettavaa typografiaa – Osa 1. <http://saavutettava.fi/2006/03/24/saavutettavaa-typografiaa-osa-1/>. Viitattu 20.3.2011.

Keskisuomalainen. Tekijän opas. Fontit ja minimipistekoot. <http://www.ksml.fi/mediamyyni/tekijanopas/fontit/>. Viitattu 13.4.2011.

## Liitteet:

### Liite 1. Logot



värillinen



mustavalkoinen



kuvioitu mustavalkoinen

### Liite 2. Näytteilleasettajaesite



## Liite 3. Kävijäesite



**MY WAY -messut**

**NuK-Su**  
Nuorisoliitto

[www.nuortenkeskisuomi.fi/myway](http://www.nuortenkeskisuomi.fi/myway)

**Päivi Laitinen**  
projektipäällikkö  
044-0124606  
paivi.laitinen@nuortenkeskisuomi.fi

**Silja Huttunen**  
tapahtuman johtaja  
050-3631586  
silja.huttunen@humak.edu

**Ilmoittautuminen tapahtumaan**  
14.22-vuotiaalle nuorelle,  
nuorten kansa toimiville  
sekä nuorten vanhemmille  
Aiheet opiskeluun, työelämään  
ja vapaa-aikaan



**2.-3.11. 2010**

**JYVÄSKYLÄN HIPPOSHALLISSA**  
(Kuntaportti 3, 40700 Jyväskylä)

**tiistaina 2.11. klo 10-18**  
**keskiviikkona 3.11. klo 9-15**

Muuta varten on varustettu messut.  
Ehtoajaksi tiistaina 2.11. alkaen klo 19.30 ast.



**Tietoa ja ajatuksia**

- opiskelusta ja koulutuksesta
- vaikuttamisesta ja yrittäjyydestä
- työelämästä ja työelämätaidoista
- harrastus- ja vapaa-aika mahdollisuuksista
- nuorten neuvonnasta ja palveluista

**Teemoina**  
vaikuttaminen,  
aktiivisuus,  
osallisuus  
ja yrittäjyys

**Mukana mm.**

Jyväskylän yliopisto  
Keski-Suomen Opisto  
Pohjoisen Keski-Suomen oppimiskeskus - POKE  
Humanistinen ammattikorkeakoulu  
Jyväskylän kaupunki  
Autokoulu Kolander  
Jyväskylän seurakunta  
Nuorten Akatemia  
Puolueita

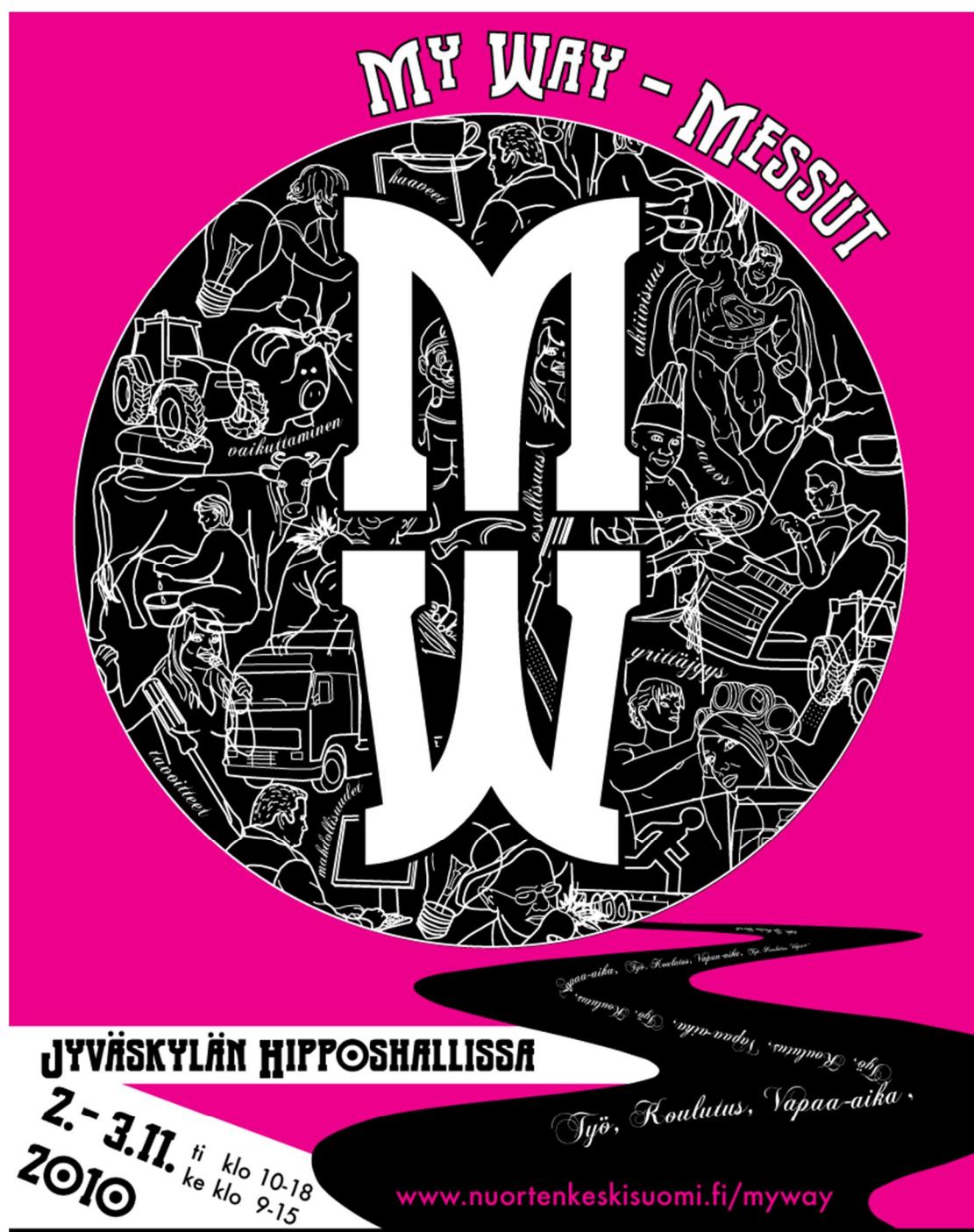
Jyväskylän koulutuskuntayhtymä  
Jyväskylän kirkkoulutus  
Jyväskylän ammattipolitiikka  
Jämsän ammattipolitiikka

**Tapahtuman järjestös**  
Nuorten Keski-Suomi ry  
korkeakouluopiskelijasta koottu tiimi kanssa.






## Liite 4. Juliste



Löydä ihannepainosi  
www.keuruunlaatupaino.com

JYVÄSKYLÄ  
uuden aallon kaupunki 

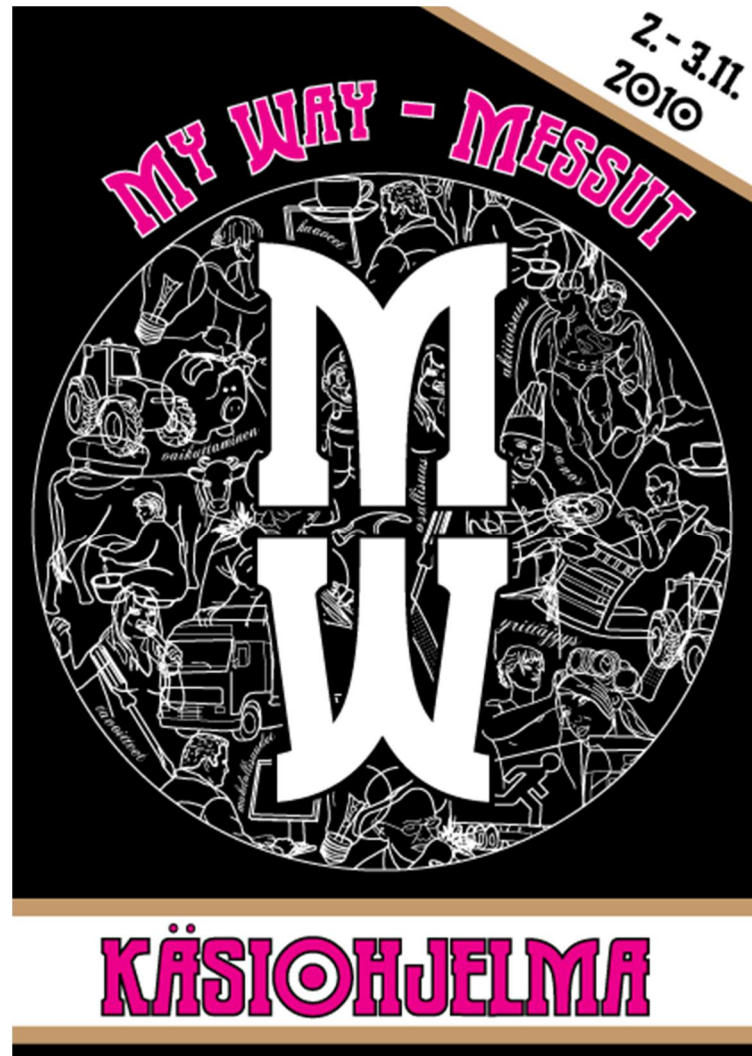


KESKI-SUOMEN  
Osuuspankki



KESKI-SUOMEN LIITTO

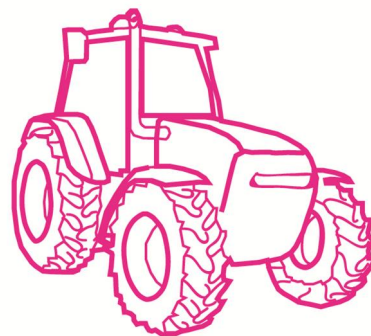
Liite 5. Käsiohjelman kansi



Liite 6. Kuvitustyyli



Ensimmäinen, korkeakynnysarvoinen tyyli



Lopullinen kuvitustyyli



## Liite 7. Osallistujapassit



## Liite 8. Ruoka- ja kahviliput



## Liite 9. Keskisuomalaisen mainos





## Liite 10. Paitaprintit



## Liite 11. Internetsivujen näytteilleasettajien ilmoittautumislomake

**NÄYTEILLEASETTAJAKSI  
ILMOITTAUTUMINEN**

1 2 3 4 5

Käsiohjelma	Mainos 1 sivu (A5)	200 €	<input type="checkbox"/>
	Mainos ½ sivua	120 €	<input type="checkbox"/>
Nettisivut	Logo esittelyn yhteyteen	50 €	<input type="checkbox"/>

< Edellinen      Seuraava >

## Liite 12. Tapahtuman kartta (osana käsiohjelmaa)

